

데스크 시국



송기동 문화2부장·편집국 부국장

“보는 것보다 듣는 것이 좋아요. 무선 이어폰으로 들으면서 다른 일도 할 수 있으니까요.” 시사에 관심이 많은 20대 A씨는 TV나 라디오가 아닌 팟캐스트(인터넷 망을 통해 다양한 콘텐츠를 제공하는 서비스) 플랫폼 ‘팟빵’에서 ‘듣똑라’를 즐겨 듣는다. ‘듣똑라’는 ‘듣다 보면 똑똑해지는 라이프’의 준말. 후쿠시마 오염수 방류 논란 등 최근 시사 상식에서부터 라이프스타일까지 두루 다루는 프로그램이다. 40대 B씨는 출퇴근하는 버스 안에서 자기계발과 재테크 관련 ‘오디오북’을 듣는다. 활자로 읽는 것보다 귀로 편하게, 언제 어디서든 들을 수 있으니 그렇게 좋을 수가 없단다.

IT(정보기술) 발달에 따라 최근 몇 년 사이 ‘전통 미디어’(Legacy Media)인 라디오를 뛰어넘는 큰 변혁이 일어나고 있다. ‘인터넷 라디오’라고 할 수 있는 팟캐스트(Podcast)가 활발하게 운영되고 있는 것이다. 귀로 듣는 책 ‘오디오북’, 말로 하는 SNS(클럽하우스) 그리고 음원 스트리밍(다운로드 없이 온라인 재생) 서비스 등 신(新) 오디오 콘텐츠도 영역을 무한 확대하고 있는 중이다.

이러한 추세의 중심에는 MZ세대(1980년대~2000년대 초반 출생자)가 있다. 도구는 누구나 손에 쥐고 있는 스마트폰이다. 시각 미디어인 비디오가 대세인 시대에 정각 미디어인 ‘오디오 콘텐츠’가 어느새 새로운 트렌드를 형성하며 주목을 받고 있는 것이다. ‘소리의 귀환인 셈이다.

수필의 향기



박용수 광주동신고 교사

급식소에서 줄을 선 사람들이 투덜댄다. 배식이 늦어지고 있다. 까치발을 하고, 배식 준비에 바쁜 식당 여사님들을 바라보니 모두 손길이 분주하다. 자세히 보니, 한 분이 보이지 않는다.

학교 급식은 4교시 타종 전까지 배식 준비를 끝내야 한다. 짧은 시간에 많은 양의 식사를 준비하는 여사님들 손길이 분방하다. 밥을 받으며 그분들에게 감사의 표시로 살짝 미소를 보낸다. 그러나 여전히 나는 오만하다. 최소한 시선은 맨 아래에 두어야 한다. 밥을 받고 저 고개를 숙일 것이 아니다. 그분의 마음이야 해아릴 줄 몰라도 손과 발은 볼 줄 알고, 몸 여기저기에 남은 흥터를 읽을 줄 알아야 한다.

어린 시절, 하굣길은 늘 배가 고팠다. 우리 집 굴뚝에 연기가 모락모락 피어오르면 난 달리기 선수처럼 험레벌떡 정자로 뛰어들곤 했다.

“엄마 밥” 하고 달려가면, 솥에서 밥이 끓었고, 수증기 너머로 어머니께서 환하게 웃으시며 나를 반겼다.

“밥 먹자.” 우리 모두 밥상에 동그랗게 앉아 열심히, 그리고 부지런히 밥을 먹었다. 그리고 배가 부르면 마음도 밥처럼 따뜻해졌다. 언제 들어도 좋은 소리가 ‘밥 먹자’는 말이고,

은펜칼럼



한국환 경영학 박사

올해 벽두부터 부동산 투기나 주식 시장 등에 관한 소식이 많았으나 경제계의 제일 주목을 받은 것은 ‘구광’의 미국 증시 상륙이었다. 3월 11일 쿠팡이 미국 뉴욕 증권거래소(NYSE)에 공모가격 35달러로 등장하여 한때 60달러를 기록하고, 시가 총액이 100조 원을 넘어서기도 했다.

이런 쿠팡의 성장사(史)는 ‘블록버스터’ 급이다. 자본금 30억 원으로 출발, 불과 10여 년 만에 시가 총액 72조 원의 회사로 성장하여 미국에 데뷔했으니 약 2만 4000배의 성장률이다. 그러나 이렇게 급성장하는 쿠팡의 빅뉴스 이면에 배송기사의 연이은 사망 사고가 큰 논란거리이다. 국내에서 지난해부터 올 3월까지 택배 기사 21명의 돌연사를 보며 이들의 비극이 언제나 끝날 줄 몰라 참으로 안타깝다.

누구나 DJ가 될 수 있는 시대

이러한 글로벌 오디오 시장은 아마존, 구글, 애플, 넷플릭스, 스포티파이 등이 주도하고 있다. 국내에서도 네이버, ‘팟빵’(Podbbang), ‘스푼’(Spoon) 등이 치열한 오디오 콘텐츠 서비스 혈전을 벌이고 있다. 지상파 3사를 포함해 13개사 연합 오디오 플랫폼인 ‘티팟’(Tpod)도 경쟁에 가세했다. 바이흐로 ‘오디오 콘텐츠’ 시장을 둘러싼 춘추전국시대이다.

최근 이처럼 ‘오디오 콘텐츠’가 떠오르고 있는 이유는 무엇일까? KB 금융지주 경영연구소는 지난해 4월 발표한 연구 자료(‘비디오 시대에 다시 급부상하고 있는 오디오 서비스’)를 통해 오디오 서비스 시장이 젊은 세대를 중심으로 빠르게 성장하는 이유 중 하나로 멀티태스킹(Multytasking: 다중 작업)을 꼽았다. 또한 무선 이어폰의 대중화로 자유로운 오디오 청취가 가능해진 데다 코로나19 장기화에 따라 집에서 보내는 시간이 많아진 것도 빼놓을 수 없겠다.

‘오디오 콘텐츠’가 뜨고 있다

네이버 ‘오디오 클럽’ 카테고리를 살펴보면 뉴스·시사, 문화 예술, 강연, 인문·교양, ASMR(자율감각쾌락반응) 사운드 등 21개 분야로 세분화돼 있다. 라디오만 듣다가 이곳을 클릭하게 되면 신세계를 만나는 거나 다름없다는 생각이 든다. 자신의 취향에 맞는 콘텐츠를 얼마든지 골라 들을 수 있으니까.

이 중에서도 눈에 띄는 것은 ASMR이다. 생경한 용어지만 단순 반복되는 빗소리나 바람소리처럼 뇌를 자극해 심리적인 안정을 유도하는 소리를 의미한다. 이곳에서 ‘백색 소음’을 클릭하면 ‘2021 봄비 빗소리, 우산에서 빗소리 듣기’처럼 이채로운 별의별 소리들을 찾아 들을 수 있다. 비디오와 문자의 과잉 시대가 만든 피로 현상도 이곳을 찾게 한다. 잠시 눈을 감고 귀만 열

면 되니 얼마나 편한가. 팟캐스트, 오디오북, 음악은 모두 인간 목소리에서 비롯된다. 오디오는 인간의 감성을 자극한다. 일본 소설가 무라카미 하루키(村上春樹)는 ‘채소의 기본, 바다표범의 키스’에 실린 한 에세이에서 어느 선배 소설가의 오디오북을 듣는 느낌을 이렇게 말한다. “읽는 게 아니라 낭독하는 걸 듣고 있으면 왠지 이야기의 흐름을 있는 그대로 너그럽게 받아들일 수 있다. 아마 특유의 문체가 활자를 눈으로 좇을 때만큼 직접적인 힘을 발휘하지 않기 때문일 것이다.”

스마트폰만 있으면 개설 가능

최근 오디오 콘텐츠는 비디오 시장의 틈새를 파고들며 사업 영역을 확장하고 있다. 지난 3월 ‘팟빵’은 ‘오디오 매거진’이라는 새로운 구독형 유료 콘텐츠를 선보였는데 ‘월말(月末) 김어준’과 ‘조용한 생활’이 그것이다. 흔히 음향기기(전축)를 지칭하는 오디오 잡지가 아니라 시사, 철학, 건축, 영화, 라이프스타일을 다루는 ‘오디오 콘텐츠’를 모바일 앱으로 구독하는 새로운 수의 모델이다. 눈으로 보던 웹툰이나 웹소설도 귀로 듣는 웹드라마나 웹시네마로 만들어진다. 무엇보다 오디오 플랫폼을 활용하는 ‘팟캐스트’는 누구나 스마트폰 하나로 자유롭게 채널을 개설해 라디오 DJ가 될 수 있는 길을 열어 주었다.

그렇다면 기존의 라이프스타일에 커다란 변화를 가져다 준 오디오 콘텐츠의 미래는 어떨까? 벌써부터 오디오북에 성우가 아닌 AI(인공지능)가 도입되고 있는 시대다. 가까운 미래에 ‘오디오 콘텐츠’가 100년 역사의 전통 미디어인 라디오에 어떤 영향을 미치고, 또 어떻게 무한 진화할지 자못 궁금해진다.

/song@kwangju.co.kr

마음으로 짓는 밥 한 공기

가장 따뜻한 손길은 ‘밥 한 그릇 내미는 손’이었다.

밥 한 알이 귀신 열을 쫓는다고 했다. 밥 한술이면 보약이 따로 없다. 세상에서 가장 듣기 좋은 소리가 자기 눈에 들어가는 소리와 자식 목구멍으로 밥 들어가는 소리란다. ‘밥알 하나에 땀이 일곱 근 반’(공광규 ‘할머니의 지청구’)이라는 시인의 말처럼 밥보다 중한 것이 없고, 임금의 하늘이 백성이라면 백성의 하늘은 밥이라는 말도 틀림이 없다.

그런데 아무리 밥이 중요할지라도 그 누군가 밥 짓는 수고로움이 없다면 우리 그 밥을 먹을 수 있을까. 농부들의 땀과 밥의 소중함을 이야기하면서도 정작 밥 짓는 이의 노고는 까마득히 잊고 살아간다. 내 앞에 밥이 차려지기까지 누군가 찬을 준비하고 국을 끓이고 쌀을 씻고 뜬을 들였을 것이다. 그러다 보면 한여름에도 땀뻘 뚫는 불과 씨름하고, 한겨울에는 차가운 물에 손을 넣었을 것이다. 지글지글 끓는 물과 이글이글 타는 불 없이 밥이 상 위에 오를 수는 없다.

밥을 맛있게 먹으면서 정작 우리는 밥 짓는 사람의 노고를 잊고 살아간다. 지금까지 하루 세끼, 새침까지 끼니를 거르지 않고 먹었을 것이다. 그 많은 끼니 중 어느 한 끼니도 불필요하게 넘긴 적 없으면서 여태 나를 위해 밥을 해준 아내나 어머니, 식당 이모에게 고맙다고 말해 본 적이 없다.

한 끼라도 굶으면 잠을 못 자고, 세끼를 굶으면 군자라도 담을 넘는다는 밥. 먹는 데는 심이면 죽하지만, 짓는 시간이 넉넉히 열 배스 무배는 더한 밥. 밥 한 그릇이 놓이기까지 흥건히 땀을 흘렸을진대, 나는 따뜻한 밥을 먹고는 인색하게 야박하게 입을 싹 씻어 버리기 일췌였다. 밥값을 냈다는 오만함으로, 매일 먹는 일상이라는 이유로 말이다.

죽고 싶어서 일하는 사람은 없다

대부분의 택배회사는 강도 높은 작업 관리 시스템 때문에 기사들이 화장실 가는 시간을 줄이려고 심지어 물도 거의 먹지 않는다고 한다. 더군다나 노동자가 산재 보험 가입을 포기해야 일자리를 준다고 한다니, 결국 회사가 인재(人災)를 조장하고 있는 셈이다. 특히 쿠팡은 한 사람이 한 시간에 몇 개의 물건 처리했는지를 UPH(시간당 물건 처리 개수)라는 수치로 측정한다. 각자 단말기엔 이 수치가 실시간으로 뜬다.

택배 노조에 따르면 신야 배송 담당하던 기사가 지난 3월 6일 숨졌는데 그는 16개월 동안 밤샘 근무를 했으며, 지난해 10월 기준 심근경색으로 사망한 20대는 하루 밤샘 근무 당시 만보기에 무려 5만 보가 찍혔다고 한다. 이러한 노동 착취와 학대가 사망 원인으로 이어졌다고 생각한다. 쿠팡의 산업재해는 지난해 758건(5년간 약 330% 증가), 쿠팡 풀필먼트 서비스는 224건(5년간 약 470% 증가)이었다. 이는 국민소득 3만 달러가 넘는 나라에서 국민소득 3000달러 수준의 노동을 하고 있음을 여실히 보여주고 있다.

우리가 꼭 짊어야 할 일은 우리나라 기업들의 성장 이면에는 노동자들의 희생이 너무 크다는 것이다. 지난해 산업재해 사고 사망자가 882명에 달한 것이 이를 대변하고 있다. 노동자의 희생을 줄이기 위해 ‘중대재

우린 고개를 푹푹이 쳐들고 자유와 이상을 논하고 고한 척 살아가지만, 그 누구도 밥 앞에서 비루해지지 않는 이가 없고, 또 고개를 숙이지 않고 밥을 먹을 수 있는 사람은 아무도 없다.

만약 누군가 나쁜 마음을 먹고 몰래 내 밥에 독약을 넣는다면 어떨까. 독살에 대한 공포를 느끼고 산 고종은, 본인 앞에서 탄 캔이나 깡 달걀만 먹었다고 한다. 거기에 비하면 우리 아무 식당이나 들러 밥을 시키고 의심 없이 숟가락을 드니 이 또한 얼마나 무지하고 무모한 일인가.

그런데 간혹, 돌 하나 씹혔다고 밥 짓는 이를 원망하고, 머리카락 하나 나왔다고 온갖 법석을 떨고 약다구니까지 질러 대며 밥 짓는 이를 썰매보고 분노하지 않는가.

수백 명의 식사를 몇 명이 준비하는 일은 쉽지 않다. 밥 짓는 일은 물과 불로 시작해서 불과 물로 끝날 만큼 힘들고 위험한 극한 직업이다. 밥 한 그릇에 땀이 반말이란 말이 과언이 아니다.

밥을 먹고 나오면서 급식소 여사님께 슬쩍 물어보았더니, 한 분이 불에 데어서 급히 병원에 가셨단다. 마음이 애잔해진다. 흉터보다 더 무서운 것이 마음의 화상인지 모른다. 쿨데 쿨데 눈 배수 보고도 놀란단다. 밥은 불이 아니라 밥 짓는 이의 뜨거운 마음, 전기나 가스의 뜨거운 불보다 밥 짓는 이의 사랑과 열정으로 익는 것이다. 여사님들의 통통 불어 터진 손과 발, 그러나 세상에서 가장 아름다운 손과 발을 본다. 그분들의 사랑과 희생을 식만 가득 늪늪한 웃음 한 근, 사랑 한 그릇으로 담기는 것이다.

오늘 식탁에 앉아서 어떤 반찬이 나올까, 맛은 어떨까 하는 비루하고 천박한 혀를 버리고, 밥 짓는 이의 수고로움에 감사하며 ‘마음 반 근’으로 숟가락을 들고 싶다.

해기급 처벌법’이 만들어졌지만, 그나마 상시 노동자 5인 미만 사업장은 제외되고 50인 미만 사업장은 3년 유예 기간을 두기로 했다.

쿠팡은 우리나라를 대표할 만한 IT기술을 활용한 창의적 소셜 커머스다. ‘로켓 배송’이라는 혁신적 서비스로 성공하여 현재 서울과 상하이, 베이징, 로스앤젤레스 등에 사무실을 두고 1만 명 이상을 고용하고 있다. 하지만 소비자의 서비스 효율만을 중시하고 이를 직접 제공하는 택배기사의 건강과 생명을 희생하며 성장하는 기업이 혁신 기업인지 냉철한 재평가가 이뤄져야 한다.

국내 기업들은 올해 정기 주주총회에서 ESG 경영을 강조했다. 친환경(Environment), 사회적 가치(Social), 지배구조(Governance)의 투명성을 선포한 것이다. 이제 ‘유니콘 기업’으로 성장하는 것을 자랑할 것이 아니라 안전한 작업 시스템 구축으로 ‘성장보다 사람이 먼저’라는 사회적 컨센서스에 걸맞은 기업이 되어야 한다. 또 노동자를 경제 생태계에서 일방적으로 당기는 희생자가 아닌 상생의 대상으로 여겨야 한다.

코로나19 시대의 시대정신은 ‘생명 존중과 공존’이다. 따라서 여야 정치권과 경제계는 노동자들의 안전과 생명이 보다 더 많은 관심을 갖고 조속히 대책을 마련해야 할 것이다.

社說

‘달빛내륙철도’ 국가계획 반영 최선 다해야

광주-대구 간 달빛내륙철도 건설 사업이 조만간 확정될 제4차 국가철도망 구축 계획에 반영되지 않은 것으로 확인됐다. 경제성이 낮다는 이유로 사업의 첫 관문 조차 넘지 못한 채 무산될 위기에 처한 것이다.

국토교통부는 올해부터 10년간 적용될 철도 분야의 최상위 법정계획인 제4차 국가철도망 구축 계획(2021~2030년) 수립을 위한 공청회를 내일 개최한 뒤 오는 6월 확정할 예정이다. 이 계획에는 이번 공청회 때 공개되는 밑그림이 그대로 반영될 가능성이 크다. 한데 광주시의 확인 결과 달빛내륙철도는 공청회 초안에도 아예 빠져 있는 것으로 파악됐다.

달빛내륙철도 건설은 4조 원의 사업비를 들여 광주-대구 간 203.7km에 고속화 철도를 구축, 영호남을 1시간대 생활권으로 연결하는 사업이다. 한데 공청회 초안에 이 사업이 누락된 것은 지난해 국토부의 사전타당성 조사 용역 결과(비용편익 분석이 0.483에 머물러 경제성이 낮

은 것으로 평가됨) 때문인 것으로 보인다.

하지만 이 사업은 국가 균형 발전과 영호남 교류 활성화를 위해 반드시 필요하다. 노선을 경유하는 직·간접 영향권에 970만 명이 거주하고 있어 인적·물적 교류가 확대되면 남부 신경제권 구축이 가능하기 때문이다. 또한 호남선-전라선-경부선-중앙선-동해선 등과 연계하면 국가철도 네트워크를 구축할 수 있는 이점도 있다.

현 정부가 이사업을 영호남 상생 협력 공약으로 내건 것도 이런 이유에서다. 양 지역 국회의원·지자체장·시민사회단체들 역시 잇따라 공동 건의문을 내놓고 있는 만큼 정부는 단순회 현재의 이용자 수준이나 경제성만을 따질 게 아니라 지역 균형 발전과 동서 교류 촉진 등을 우선 고려해야 한다. 광주시와 정치권도 끝까지 최선을 다해 달빛내륙철도를 국가철도망 구축 계획에 반영시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

장애인들 맘껏 일상 누릴 날 아직도 요원하다

어제(20일)는 제41회 장애인의 날이었다. ‘장애인의 날’이 제정된 지 어느덧 40여년의 세월이 흐른 것이다. 하지만 장애인들이 비장애인들처럼 맘껏 일상을 누릴 수 있는 날은 아직 멀기만 한 것 같다. 장애인 지원 정책이 속도감 있게 추진되지 못하고 있기 때문이다.

당장 장애인을 위한 저상버스만 해도 그렇다. 광주시는 ‘1·3차 교통 약자 이동 편의 증진 5개년 계획’에 따라 지난해까지 858대의 저상버스를 도입하겠다고 했지만, 현재 도입된 저상버스는 298대(계획 대비 33%)에 불과하다. ‘지킨 것보다 지키지 않은 계획이 많다’는 지적이 나오는 것도 이 때문이다.

광주장애인복지회센터가 운영하는 장애인 콜택시 이른바 ‘새빛콜’도 아직 미흡하다. 관련 법(중증장애인 150명 당 1대)에 따르면 183대를 갖춰야 하지만 현재 116대만 운영되고 있다. 전남도 비슷한 상황인데, 전남장애인복지회센터

가 그제 전남도청 1층 로비에서 장애인 콜택시 등 특별교통수단의 24시간 365일 운영 등을 요구하며 농성을 벌인 것이 이를 말해 준다.

광주장애인차별철폐연대도 어제 광주 시청 앞에서 기자회견을 열고 광주시의 더딘 장애인 정책 집행 의지를 성토했다. 이들은 장애인들이 사회 구성원으로 활동할 수 있도록 관련 서비스를 늘려 줄 것을 요구하고 있다. 장애 정도가 심해 언어장애나 만성 질환 등으로 고생하는 뇌병변 장애인들을 지원하기 위한 인프라 확보도 시급하다.

이제 장애인들에 대한 돌봄을 가족에게만 맡기는 식의 정책에서 벗어나 자치단체가 장애인들의 자립 생활을 위해 적극 나서서 정책을 개발해야 한다. 지난해 2016년 시작된 광주시의 ‘탈시설 자립생활 5개년 계획’이 올해 마지막 해라는 점을 감안하면 새로운 2차 5개년 계획 수립도 빠른 시일 내에 이루어져야 할 것이다.

**無等鼓**

인류 최초의 유인 동력 비행기는 자전거 수리공이었던 라이트형제에 의해 탄생했다. 미국 오하이오주 출신인 라이트 형제는 하늘을 나는 꿈을 실현하기 위해 1900년부터 글라이더 비행 실험을 했다. 하루에 20분씩 석 달 동안 1000번 넘게 글라이더를 띄우며 열정을 쏟았다. 하지만 글라이더는 바람으로 날기 때문에 안전성과 지속성이 문제였다.

결국 엔진의 필요성을 깨닫고 3년의 노력 끝에 12마력짜리 엔진을 만드는 데 성공했다. 엔진 하나가 두 개의 프로펠러를 돌리는 방식이었다. 세계 최초로 동력 비행기를 만든 라이

(Ingenuity)가 화성 하늘을 나는 데 성공한 것이다. 인저뉴어티는 그제 화성 표면을 이륙한 후 초속 1m의 속력으로 3m까지 상승해 30초간 정지 비행을 하고 착륙했다. 인류가 지구 외 다른 행성에서 하루에 20분씩 석 달 동안 1000번 넘게 글라이더를 띄우며 열정을 쏟았다. 하지만 글라이더는 바람으로 날기 때문에 안전성과 지속성이 문제였다.

화성에서는 중력이 지구의 3분의 1밖에 되지 않아 무게가 0.68kg으로 줄어들었지만 대기 밀도가 지구의 100분의 1에 불과해 공기 힘으로 띄우기가 어렵다. NASA는 탄소 섬유로 만든 날개(4개)를 이용해 보통 헬기보다 여덟 배 빠른 분당 2400회의 회전 속도를 내도록 함으로서 이 문제를 해결했다. 라이트형제의 글라이더 1호기 조각을 인저뉴어티에 부착한 것은 성공의 기원을 담은 것이었다.

NASA는 인저뉴어티가 뜨고 내린 지표면에 ‘라이트형제 필드’라는 이름을 붙였다. 두 개의 행성에 이름을 세웠으니 라이트형제로서는 ‘기문의 영광’이 분명하다. /정필수 제2사회부장 bungy@

**光州日報**

The Kwangju Ilbo

시장·발행·편집·인쇄인 **金汝松** 주필 **李洪載** 편집국장 **崔宰豪**

1952년 4월 20일 創社 1980년 11월 29일 등록번호 광주지 1(일간)

우 61482 광주광역시 동구 금남로 224

대표전화 222-8111 / 220-0551(지사·지국(구독 신청 배달 안내)) 광고문의 062-227-9600

편집국안내	(대표 FAX 222-4918)	경영지원국 220-0515	문화사업국 220-0541
편집부 220-0649	문화부 220-0661	(FAX 222-8005)	(FAX 222-0195)
정치부 220-0632	에향부 220-0692	기획관리국 227-9600	업무국 220-0551
경제부 220-0663	사진부 220-0694	(FAX 222-0195)	(FAX 222-0195)
사회부 220-0652	체육부 220-0621	디자인실 220-0536	서울지사 02-773-9331
전남본부 220-0642			(FAX 02-773-9335)

※구독료 월정 10,000원 1부 500원

**본지는 신문윤리강령 및 실천요강을 준수합니다**